

Chef de projet multimédia

RNCP36401 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320
Formacode(s)	46347, 46339, 34052
Code(s) ROME	E1205, E1104, M1703, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	25/04/2022
Date d'échéance	25/04/2025

Certificateur(s)

ECAD CONSULTANTS · SIRET : 33115405400117

<https://www.iesa.fr/>

Partenaires habilités

7 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 6 à former et organiser l'évaluation et 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE REGION HAUTS-DE-FRANCE	13002271800014	Former et organiser l'évaluation
ECAD CONSULTANTS	33115405400117	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600150	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600366	Former et organiser l'évaluation
GALILEO VAE	90077772300025	Former et organiser l'évaluation
ICADEMIE	48908897100093	Former
L ECOLE MULTIMEDIA	40441398100014	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le chef de projet multimédia est le chef d'orchestre d'un ou plusieurs projets digitaux en simultané. Il coordonne toutes les étapes de création, de la conception à la diffusion et joue le rôle d'interface entre les différentes équipes et le client. Il s'assure de l'atteinte des objectifs, de la satisfaction du client, de la bonne animation des équipes et veille au respect des délais et des budgets. Il met en œuvre ses compétences approfondies en matière de culture digitale, marketing, communication et gestion de projet, ainsi que d'excellentes qualités relationnelles afin de gérer une équipe pluridisciplinaire. Même s'il ne possède pas de compétences opérationnelles pour l'ensemble des domaines qu'il coordonne, il doit, en fonction du type d'entreprise pour laquelle il travaille, posséder de solides compétences

techniques et/ou graphiques. La compréhension des notions liées à la direction artistique, à la technique, au marketing et à la stratégie sont indispensables. En accompagnant les marques et les entreprises dans les transformations digitales liées au big data, les réseaux sociaux, la réalité virtuelle, la sécurité, etc. le chef de projet occupe un poste qui s'est pérennisé dans le temps et pour qui les perspectives d'embauche restent positives.

ACTIVITÉS VISÉES

- Recueil et analyse du brief client, d'un appel d'offre et/ou un cahier des charges.
- Etude du contexte, le marché, la cible, la concurrence et les moyens de communications existants des clients.
- Proposition de recommandations opérationnelles.
- Définition des indicateurs clés de suivi de la performance
- Elaboration d'un budget et d'un planning
- Présentation et argumentation au client.
- Organisation d'une veille
- Pilotage de la phase de cadrage du projet.
- Coordination et/ou exécution de la recherche utilisateurs.
- Description de la partie éditoriale, conception du parcours utilisateur et des maquettes fonctionnelles.
- Rédaction d'un cahier des charges et de la documentation.
- Vérification de la conformité du site avec les standards W3C et d'accessibilité.
- Supervision des performances éditoriales, fonctionnelles, ergonomiques et techniques d'un site.
- Inspection de la conformité du code avec les contraintes du référencement naturel et vérifie le paramétrage des balises de partage sur les réseaux sociaux.
- Production, correction ou optimisation des contenus (textes, images, vidéos...) via un gestionnaire de contenu de type CMS.
- Contrôle et orientation du respect des bonnes pratiques de l'éco-conception responsable.
- Organisation des différentes phases de la production d'un projet digital.
- Supervision de la production du projet, dans le respect du budget prévisionnel et du planning.
- Réalisation des tests et du recettage.
- Pilotage de la maintenance et la pérennité du produit après sa mise en production.
- Management des équipes.
- Gestion de la relation client.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Analyser une problématique.
- Réaliser une étude de marché, de la concurrence, de l'existant et des cibles. - Définir un concept stratégique et une stratégie de moyens.
- Définir des indicateurs clés de performance.
- Planifier les phases de déploiement et de validation d'un projet.
- Formaliser et présenter clairement ses préconisations.
- Piloter et/ou mettre en pratique les méthodologies propres à la recherche utilisateurs.
- Concevoir et rédiger la partie éditoriale et fonctionnelle du site.
- Décrire précisément les spécificités éditoriales, fonctionnelles, graphiques, techniques et légales du projet.
- Mener une veille.
- Contrôler la fabrication des pages et l'intégration des médias.
- Employer un système de gestion de contenu.
- Auditer et superviser la phase de conception et de production.
- Coordonner les différents acteurs du projet.
- Contrôler les coûts et le planning.
- Certifier la conformité du site au regard du cahier des charges et son bon fonctionnement.
- Superviser les équipes de production.
- Conseiller un client.

Blocs de compétences

RNCP36401BC01 — Analyser les besoins d'un client et faire une recommandation opérationnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

C1.1 Analyser une problématique afin de définir précisément le périmètre et les objectifs d'un projet en recueillant le besoin client par des échanges et une documentation (brief, appel d'offre, cahier des charges).

C1.2 Réaliser une étude de marché, de la concurrence, de l'existant et des cibles en mettant en œuvre des audits, une recherche primaire et secondaire, afin de dégager des données exploitables et de justifier la démarche.

C1.3 Modéliser les constats de l'analyse grâce à la production d'outils tels que : le SWOT, le PESTEL, la matrice de positionnement, etc. ; permettant d'offrir une synthèse claire des conclusions à retenir.

C1.4 Définir un concept stratégique et le synthétiser sous forme d'une phrase claire, afin de permettre au client et aux collaborateurs de s'appuyer sur une ligne directrice dans la mise en œuvre et la réalisation d'une solution digitale.

C1.5 Définir une stratégie de moyens via la préconisation d'un dispositif digital et la mise en place de leviers de communication et marketing (Site internet, SMO, affiliation, publicité, SEO, SEA...) afin de répondre aux objectifs émis par le client (visibilité, notoriété, trafic, transformation, fidélisation).

C1.6 Définir des indicateurs clés de performance (KPI), permettant de mesurer l'efficacité du dispositif lors de son déploiement et de piloter l'optimisation du dispositif.

C1.7.1 Évaluer et présenter au client les moyens financiers nécessaires à l'élaboration et la réalisation d'un projet afin d'obtenir sa validation.

C1.7.2 Planifier les phases de déploiement et de validation d'un projet en utilisant des outils dédiés (Gantt...), afin d'obtenir la validation du client et lui garantir les délais de livraison.

C1.8 Formaliser et présenter clairement et de manière argumentée (à l'écrit et à l'oral) ses préconisations, afin de permettre au client et/ou aux collaborateurs une bonne compréhension du dispositif proposé.

C1.9 Mener une veille, en utilisant des outils de collecte et d'organisation de l'information afin d'enrichir sa culture digitale (technique, graphique, sectorielle et marketing) et de conseiller au mieux son client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet : Réalisation d'une recommandation opérationnelle d'un dispositif digital à partir d'un brief client.

Mise en situation réelle ou simulée : A partir d'un brief client le candidat doit présenter une recommandation opérationnelle stratégique décrivant un concept et une stratégie de communication interactive. La recommandation doit contenir une analyse, des conclusions, un concept, une stratégie de moyens, un planning et un budget. Le candidat doit livrer aussi une version écrite plus complète. Présentation orale devant jury et remise d'un document écrit.

RNCP36401BC02 — Piloter la conception et la production des projets interactifs multimédia

LISTE DE COMPÉTENCES

C2.1 Définir le périmètre du projet via une réunion et une note de cadrage afin de préciser les attentes en termes éditorial, fonctionnel, graphique et technique à l'attention des équipes et du client avant le démarrage de la phase de conception.

C2.2 Piloter et/ou mettre en pratique les méthodologies propres à la recherche utilisateurs afin de déceler leurs attentes, usages et besoins (recherches primaires et secondaires) et définir les personae et les parcours utilisateurs.

C2.3 Organiser les phases d'idéation afin de dégager les besoins éditoriaux, ergonomiques et fonctionnels des utilisateurs en s'appuyant sur les méthodologies de design centré utilisateur (brainstorming, six chapeaux, mind mapping).

C2.4.1 Concevoir et rédiger la partie éditoriale et fonctionnelle du site via la réalisation d'une arborescence et de prototypes visuels (wireframes) à l'aide d'outils spécifiques (logiciels de prototypage de type Figma, Sketch ou Adobe XD) afin de garantir les normes d'usabilité, de trouvabilité et d'accessibilité digitale.

C2.5 Piloter et/ou réaliser les tests utilisateurs afin de valider l'efficacité de la hiérarchisation de l'information et de l'ergonomie du parcours client et des écrans avant leur intégration.

C2.6 Décrire précisément les spécificités éditoriales, fonctionnelles, graphiques, techniques et légales du projet dans un cahier des charges, à destination des équipes de production et du commanditaire pour validation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet : Conception d'une interface

Mise en situation professionnelle réelle ou simulée : A partir d'un brief le candidat à la certification doit produire et présenter un cahier des charges comprenant : Le rappel du cadrage du projet, la méthodologie de la recherche utilisateur et ses conclusions, les phases d'idéation et de conception, la validation via les tests utilisateurs et les itérations, l'arborescence, le scénario utilisateur, les wireframes, l'intégration des préconisations graphiques et

techniques.

Présentation orale devant jury et remise d'un dossier écrit complet réunissant la documentation et les résultats de recherche.

RNCP36401BC03 — Garantir la qualité du site et le respect des normes d'éco-conception, d'accessibilité, de trouvabilité et d'utilisabilité

LISTE DE COMPÉTENCES

C3.1 Contrôler la fabrication des pages et l'intégration des médias (HTML, CSS), leur conformité avec les normes édictées par le W3C et les contraintes d'accessibilité (vélocité, portabilité, adaptabilité...) en s'appuyant sur les bons outils (W3C validator, checklist d'Opquast, référentiel Accessiweb).

C3.2.1 Analyser le site en menant un audit éditorial, fonctionnel, ergonomique et technique afin de vérifier ses performances, déceler ses éventuelles défaillances et élaborer des préconisations d'optimisation en s'appuyant sur une grille d'audit et sa culture digitale.

C3.3 Inspecter les pages HTML/CSS pour vérifier que l'ensemble des balises et des optimisations ont bien été mises en place pour la visibilité du site sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux par une vérification directe ou via l'usage d'outil (SEOquake, SEMrush..).

C3.5 Mettre en pratique ses connaissances du HTML/CSS, afin de faire évoluer ou corriger des pages.

C3.6 Employer un système de gestion de contenu (type WordPress) afin de gérer les pages d'un site et l'ensemble de ses contenus.

C3.7 Auditer et superviser la phase de conception et de production dans l'objectif d'optimiser le coût énergétique d'un site web ou d'une application, par l'application des bonnes pratiques de l'éco-conception digitale.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examen à visée professionnelle : Maquette et intégration

A partir d'un site déjà réalisé via un CMS, le candidat doit mettre en place un audit et contrôler l'efficacité éditoriale, fonctionnelle, graphique et technique du site. Il doit vérifier son optimisation pour le référencement naturel, ainsi que les bonnes pratiques d'éco-conception. Il élabore des préconisations d'optimisations et réalise des correctifs au niveau du code et des contenus.

RNCP36401BC04 — Déployer des projets interactifs multimédia, piloter des équipes et la relation client

LISTE DE COMPÉTENCES

C4.1 Coordonner les différents acteurs du projet (graphistes, développeurs, UX designers, clients...) afin de partager les informations nécessaires à sa mise en place, en organisant un système de communication régulier et adapté, ainsi que des outils de pilotage : réunions, plateforme de travail collaborative, points d'étapes, formation et conduite de changement.

C4.2 Contrôler les coûts et le planning. Afin de garantir les délais, le budget et la qualité du projet tel que décrit dans le cahier des charges en supervisant le temps passé des équipes sur chaque étape.

C4.3 Certifier la conformité du site au regard du cahier des charges et son bon fonctionnement dans la configuration technique préétablie, via la mise en place des tests (unitaires, d'intégration et fonctionnels) et le recettage final avec le client avant mise en production.

C4.4 Maintenir le bon fonctionnement du site internet ou de l'application pour lui assurer pérennité via la formation du client à l'outil d'administration et la mise en place d'une maintenance (préventive, corrective ou évolutive).

C4.5 Superviser les équipes de production afin de garantir la cohésion d'équipe et la motivation autour du projet en faisant appel à ses qualités de manager et sa résistance au stress.

C4.6 Conseiller un client tout au long du projet pour lui donner la visibilité nécessaire à l'arbitrage des décisions et lui garantir un service de qualité, en faisant preuve de diplomatie et de pédagogie/capacité de vulgarisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet : Pilotage de projet

Mise en situation réelle ou simulée : Dans le cadre de ce projet l'apprenant devra fournir toute la documentation nécessaire dans le cadre projet digital (note de cadrage, cahier des charges, organigramme des tâches, planning, budget...), ainsi que justifier des outils de gestion de projet collaboratifs paramétrés et mis en place.

Présentation orale devant jury et remise d'un dossier écrit complet réunissant : - Une note de cadrage.

- Un organigramme des tâches.
- Une description fonctionnelle.
- Potentiellement un backlog. - Un planning
- Un budget.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les chefs de projet multimédia travaillent dans des organisations très variées : agences de communication, entreprises de tous secteurs (finance, restaurations, santé, assurance, loisir...), institutions, collectivités territoriales... Selon leur importance, ces structures embauchent un/des chefs de projet, ou font appel à des prestataires extérieurs, agences ou free-lance.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef de projet digital/web/mobile/SEO/CRM- Responsable communication digitale - Responsable marketing multimédia - Responsable de projet multimédia- Consultant digital- Directeur artistique multimédia - Concepteur/réalisateur multimédia- UX designer - Consultant (stratégie, marketing, communication de marque...)

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Le métier de chef de projet multimédia n'est pas réglementé. En revanche, ses activités doivent se conformer au droit applicable au numérique (loi sur l'accessibilité, loi sur le handicap, traitement de données, respect de la vie privée, RGPD, déclarations CNIL...).

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 003 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	15 217
Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	10 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Être titulaire d'un titre ou diplôme de niveau 5, ou avoir acquis des compétences de manière autonome (ou par le biais du formation) ou à la suite d'une expérience significative dans les domaines de la communication digitale.

Le/la directeur(trice) de l'école ou son représentant

Un(e) responsable pédagogique ou un(e) enseignant(e) formateur(trice)

Deux professionnels externes exerçant dans le métier visé

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	8 151 €
Selon la branche	6 000 € – 9 475 €
Prise en charge	Branches concernées
8 151 €	Valeur par défaut · 180 branches
9 475 €	CPNE Casinos, CPNE Services de l'eau, CPNE Travail Temporaire, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de l'audiovisuel
7 923 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Import-Export
9 261 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la Restauration rapide
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
8 867 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
8 400 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 300 €	CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
8 255 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 234 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 134 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
8 000 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 967 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 124 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 000 €	CPNE-FP de l'Esthétique
6 800 €	CPNE Banque
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	25/04/2022
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	25/04/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	47	0	90 %	—
2019	52	0	90 %	65 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34512

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40886

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34512, RNCP35541, RNCP38018

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Nos formations web | Digital Campus (digital-campus.fr)

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36401/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	32
Parcours menés à terme	29
Taux d'achèvement	91 %
Période	10/2022 – 08/2025

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	33
Montant total engagé	59 300 €
Coût moyen par dossier	1 797 €
Durée moyenne	300 h
Période	09/2022 – 03/2025
France compétences	77 %
Entreprise	12 %
France Travail	10 %
Reste à charge titulaire	1 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.